



Pengaruh Media Sosial Akun Instagram @pandawaragroup Terhadap Perilaku Kepedulian Lingkungan

Muhammad Agung Dwi Tjandra^{1*}, Riska Tyas Prahesti²

¹²Ilmu Komunikasi, STIKOM Interstudi. Indonesia

tjandra.agenk@gmail.com¹, riskatyasprahesti@gmail.com²

Alamat: Jl. Wijaya II No.62, RT.5/RW.1, Melawai, Kebayoran Baru, South Jakarta City, Jakarta

Korespondensi penulis: tjandra.agenk@gmail.com

Abstract. Social media represents a significant advancement in information technology that plays an essential role in facilitating communication and social interaction within society. Environmental care behavior reflects individual efforts to support and promote environmental sustainability. This study specifically targets Generation Z and millennials as future generations, emphasizing the importance of instilling environmental awareness and encouraging the maintenance of environmental cleanliness in all settings. Based on these considerations, the Instagram account @pandawaragroup was selected as the independent variable of this study, with a primary focus on environmental care behavior influenced by the content shared on the account. This research aims to examine the extent to which the Instagram account @pandawaragroup affects environmental care behavior. A quantitative research approach was employed, utilizing a random sampling technique by distributing questionnaires to 100 respondents who are followers of the @pandawaragroup Instagram account. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of IBM SPSS version 2025. The results of the hypothesis testing indicate that the use of the Instagram account @pandawaragroup has a significant effect on environmental care behavior, with a coefficient of determination of 17%. This finding suggests that the Instagram account @pandawaragroup contributes 17% to shaping environmental care behavior, while the remaining 83% is influenced by other factors beyond the scope of this study.

Keywords: Social Media; Instagram; Environmental Care Behavior; Generation Z; Pandawara Group.

Abstrak. Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi yang berperan signifikan dalam mempermudah proses komunikasi dan interaksi sosial di masyarakat. Kepedulian terhadap lingkungan merupakan perilaku yang mencerminkan upaya individu dalam mendukung dan mewujudkan pelestarian lingkungan hidup. Penelitian ini secara khusus menargetkan generasi Z dan generasi milenial sebagai generasi penerus bangsa agar terus menanamkan nilai-nilai kepedulian lingkungan serta menjaga kebersihan lingkungan di mana pun berada. Berdasarkan pertimbangan tersebut, akun Instagram @pandawaragroup dipilih sebagai variabel independen dalam penelitian ini, dengan fokus kajian pada perilaku peduli lingkungan yang dipengaruhi oleh konten atau unggahan akun tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh media sosial Instagram akun @pandawaragroup terhadap perilaku kepedulian lingkungan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik random sampling melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @pandawaragroup. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 2025. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram akun @pandawaragroup berpengaruh signifikan terhadap perilaku kepedulian lingkungan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 17%. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @pandawaragroup memberikan kontribusi pengaruh sebesar 17% terhadap perilaku peduli lingkungan, sementara 83% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

Kata kunci: Media Sosial; Instagram; Perilaku Peduli Lingkungan; Generasi Z; Pandawara Group

1. LATAR BELAKANG

New Media mulai berkembang pada abad ke 20. Pada kemunculannya ini dimaksudkan untuk mengganti penyebuta dari kemunculan teknologi digital, komputer, jaringan, perkembangan teknologi dan komunikasi. *New media* berkembang sangat pesat dikalangan

masyarakat, terutama penggunaan teknologi internet (Marini, 2019). Dalam era digital yang cepat berputar, kecepatan dan akurasi dalam menyampaikan informasi menjadi sangat penting. Media sosial sebagai salah satu bagian dari media baru muncul seiring dengan perkembangan teknologi. Publik sangat dimungkinkan untuk terlibat aktif sebagai creator konten di dalam media sosial.

Kehadiran media sosial seakan menjadi jawaban terhadap dahaga publik untuk terhubung satu sama lain. Keterhubungan itu berimplikasi pada penumpukan pesan hasil karya publik di media sosial (Pratyaksa I, 2019). Media sosial adalah salah satu perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Media sosial sebagai salah satu media interaksi masyarakat untuk saling mengenal, berinteraksi, menyampaikan pesan informasi melalui saluran jaringan internet serta lainnya (Wibowo & Yudi, 2021).

Indonesia menjadi negara terbesar keempat di dunia dengan jumlah pengguna aktif Instagram. Jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Instagram hadir di Indonesia sekitar tahun 2011, berdasarkan publikasi yang dilakukan oleh about.fb.com pada bulan oktober 2020 instagram semakin berkembang dan lebih banyak diminati sejak bekerjasama langsung dengan facebook. Salah satu fitur di Instagram yakni publikasi kegiatan sosial. Cara yang digunakan untuk mengikuti hal ini adalah dengan menggunakan label/hashtag Instagram. Dengan menggunakan label yang membahas mengenai kegiatan sosial, maka makin banyak masyarakat yang *aware* terhadap hal tersebut. Dengan demikian Instagram menjadi salah satu alat promosi yang baik dalam menyampaikan sebuah kegiatan itu. (Priliantini et al., 2020).

Salah satu akun Instagram 7@pandawaragroup akun tersebut memberikan informasi dan juga postingan mengenai kebersihan lingkungan Pandawara Group mulai berkiprah di Instagram sejak Oktober 2022 dengan kontennya yang membersihkan sungai yang kotor, Kelompok asal Bandung ini berisikan lima orang remaja, yaitu Agung Permana, Muhammad Ikhsan, Gilang Rahma, Rafly Pasha, dan Rifki Sa'dulah. Aksi bersih-bersih sungai dari sampah yang dilakukan Pandawara Group menjadi viral lantaran banyak masyarakat yang bersimpati dan mendukung apa yang dilakukan oleh Pandawara Group. (Wijonarko et al., 2024)

Dengan konten-kontennya, Pandawara Group Hingga 23 Juli 2025, Pandawara Group memiliki sekitar 3,8 juta pengikut dengan pada akun instagramnya. Melalui video dan postingan yang diunggah sejak September 2022. Melalui video dan postingan yang diunggah sejak September 2022 dan sudah 514 postingan di akun instagramnya Pandawara Group

mengenai bersih-bersih sampah dan mengingatkan kepada masyarakat Indonesia bahwa menjaga kebersihan lingkungan adalah tanggung jawab bersama.

Permasalahan sampah merupakan salah satu permasalahan lingkungan hidup yang sering kali menjadi pusat perhatian Kerusakan lingkungan yang dihasilkan oleh kegiatan dan aktivitas manusia meng-hasilkan sampah yang menumpuk akibat nya terjadinya kerusakan lingkungan yang berdampak besar seperti pencemaran tanah akibat bahan kimia yang berbahaya menu runkan kesuburan tanah, pencemaran air yang tidak layak dikonsumsi karena berba-haya bagi kesehatan manusia, pemanasan global, penyakit dan bencana alam seperti banjir karena penumpukan sampah yang ti-dak tertangani dengan baik. Kerusakan lingkungan perlu dicegah tidak hanya mela lui pelayanan pemerintah, tetapi juga mela-lui penyadaran masyarakat atau komunitas. Kesadaran untuk membentuk sikap indivi du ini diharapkan dapat membantu meng-

```
ADDIN CSL_CITATION {"citationItems":[{"id":"ITEM-1","itemData":{"author":{"dropping-particle":"","family":"Silfia Eka Damayanti","given":"Sit iKomsiah","non-dropping-particle":"","parse-names":false,"suffix":""}},"id":"ITEM-1","issued":{"date-parts":[["2024"]]},"title":"Pengaruh KontenMedia Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan","type":"article"},"uris":["http://www.mendeley.com/documents/?uuid=21228bd0-4da0-4eed-b3cd-c765b3bae79e"]},"mendeley":{"formattedCitation":"(Silfia Eka Damayanti, 2024)","plainTextFormattedCitation":"(Silfia Eka Damayanti, 2024)","previouslyFormattedCitation":"(Silfia Eka Damayanti, 2024)"},"properties":{"noteIndex":0,"schema":"https://github.com/citation-style-
```

Kebersihan lingkungan sendiri di Indonesia masih menjadi sesuatu yang perlu kita sadari. Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) telah mempublikasikan hasil pengelolaan sampah dari penginputan data yang dilakukan oleh 128 Kabupaten dan Kota se-Indonesia di tahun 2023 pada situs website resminya. Hasilnya, pada tahun 2023 terdapat 17,4 juta ton timbunan sampah tahunan yang dihasilkan. Dari data tersebut, sebanyak 11,6 juta ton atau 66,47% sampah telah terkelola. Sedangkan, sebanyak 5,8 juta ton atau 33,53% sampah lainnya tidak terkelola. Hal ini sangat dibutuhkan nya Pemeliharaan yang berarti perbuatan untuk memelihara, penjagaan, perawatan, penyelamatan dan penghindaran dari bahaya. Kebersihan merupakan salah satu hal yang sangat terpenting dalam kehidupan manusia (Wijonarko, 2024).

Untuk menjaga kebersihan lingkungan diperlukan kesadaran peduli lingkungan. Perilaku Peduli terhadap lingkungan adalah usaha untuk mendukung dan mewujudkan upaya pelestarian

lingkungan, yang melibatkan elemen penting seperti tanah, air, dan udara. Maka dalam penelitian ini ditujukan khususnya masyarakat gen z dan millennial sebagai generasi penerus bangsa untuk tetap menanamkan nilai peduli lingkungan agar tetap menjaga kebersihan lingkungan dimanapun mereka berada. Pentingnya kesadaran akan lingkungan perlu diperkenalkan kepada masyarakat karena dampak pencemaran lingkungan dapat mempengaruhi kondisi lingkungan secara keseluruhan, (Wijonarko et al., 2024).

Seluruh video yang diposting akun Instagram @pandawaragroup seallu berhasil menarik simpati serta menuai respon positif dan mendapatkan dukungan dari masyarakat Indonesia, serta mendorong masyarakat untuk turut membersihkan sampah, sehingga hal tersebut menjadi objek yang menarik untuk diteliti, kemudian peran generasi millennial dan generasi Z merupakan peran penting dalam membangun sebuah bangsa, sehingga hal tersebut sangat menarik untuk mengetahui pandangan pribadi generasi Millennial dan generasi Z mengenai media sosial akun Instagram @pandawaragroup.

Berdasarkan uraian di atas mengenai latar belakang serta pembahasan di atas maka perumusan masalahnya adalah apakah terdapat pengaruh media sosial Instagram akun @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan?. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial Instagram akun @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan. Manfaat dari penelitian ini yaitu dalam penelitian manfaat akademis, diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna untuk penelitian selanjutnya, sedangkan manfaat praktis dapat dijadikan masukan kepada akun Instagram @pandawaragroup untuk memberikan informasi yang bermanfaat kedepannya pada *followers*.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian terdahulu adalah perbandingan antara penelitian yang sudah lebih dulu dilakukan, yang dari berbagai macam buku dan dijadikan referensi seperti jurnal, dan buku yang memungkinkan pada penelitian kali ini ada sedikit kesamaan dalam isi referensi yang sudah ada, berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini: Artikel mengensi ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi’ yang dibuat oleh Devita Savira Sanida dan Happy Prasetyawati, 2023, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram @infobekasi.coo terhadap *followers* dalam mendapatkan kebutuhan informasi. Pada penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan paradigma positivisme dan teknik untuk pengambilan suatu sampel pada

penelitian dengan menggunakan *probability sampling* dan menggunakan jenis teknik *simple random sampling* dengan menggunakan sampling yang mengambil secara acak untuk memenuhi kebutuhan penelitian. penelitian ini menggunakan IBM SPSS 27 untuk analisis data dengan pengujian regresi linear sederhana. Dari hasil penelitian uji korelasi mendapatkan hasil persentase sebesar 79,9% sehingga dapat ditarik kesimpulannya pada Konsep Penggunaan Media Sosial Instagram memiliki pengaruh yang kuat terhadap kebutuhan informasi *followers* Dengan demikian masih terdapat pengaruh lain pada variabel diluar penelitian terhadap kebutuhan informasi *followers* (Sanida & Prasetyawati, 2023).

Artikel mengenai Pengaruh Terpaan Akun Instagram @zerowaste.id Dalam Mengampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan *Followers*” yang dibuat oleh Shindy Jafriyanti, 2021, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan kampanye gaya hidup nol sampah dari media sosial apda akun @zerowaste.id terhadap sikap ramah lingkungan *followers*. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan teknik *sample random sampling* dengan menyebarkan kuisioner kepada 398 responden dari *followers* akun Instagram @zerowaste.id, penelitian ini menggunakan IBM SPSS 27 untuk analisis data dengan pengujian regresi linear sederhana. Dari hasil penelitian Pengaruh terpaan akun Instagram @zerowaste.id (Variabel X) sebesar 40,7% terhadap sikap ramah lingkungan *followers* (variabel Y) dengan kategori sedang, sementara sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini (Jafriyanti, 2021).`

Artikel mengenai ‘Pengaruh Konten Tiktok @pandawaragroup Terhadap Perilaku Menjaga Kebersihan Lingkungan” yang dibuat oleh Dimas Wijonarko, Muhammad Ramdhani, dan Weni A Arindawati, 2024 yang diterbitkan oleh Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten tiktok @pandawaragroup terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran kuisioner kepada 100 responden yang merupakan *followers* akun tiktok @pandawaragroup, pada penelitian ini terdapat variabel (X) yaitu konten tiktok @pandawaragroup dan variabel (Y) yaitu perilaku menjaga kebersihan lingkungan. Hasil dari penelitian ini adalah Konten Tiktok @pandawaragroup melalui Intensitas (X1) berpengaruh 11,42% terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan, sedangkan pada isi pesan (X2) berpengaruh 10,25% terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan dan Daya Tarik (X3) berpengaruh 8,04% berpengaruh terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan. Jadi kesimpulannya adalah terdapat

pengaruh yang signifikan konten tiktok @pandawaragroup terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan (Wijonarko et al., 2024).

Artikel ‘Pengaruh Konten Tiktok @pandawaragroup Terhadap Perilaku Menjaga Kebersihan Lingkungan’ yang ditulis oleh Dimas Wijonarko, Muhammad Ramdhani, dan Weni A Arindawati, 2024. Tujuan dari artikel tersebut untuk mengetahui pengaruh konten tiktok @pandawaragroup terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menggunakan akun media sosial Instagram sedangkan artikel yang ditulis oleh Dimas Wijonarko menggunakan akun media sosial tiktok, Namun kedua penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk melihat seberapa kuat dampak konten yang ada di akun media sosial pandawara group kepada masyarakat dalam menjaga lingkungan.

Pembaruan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah fokus pada tanggapan generasi z dan generasi milenial dalam menggunakan media sosial dan mengikuti akun Instagram @pandawaragroup untuk menumbuhkan perilaku peduli lingkungan dalam lingkungan sekitar.

Teori *uses and effect*

Teori *uses and effects* merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai *effects*. Konsep use (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini karena pengetahuan mengenai penggunaan media yang menyebabkan, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana ini terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua.

Maka teori *uses and effects* merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media massa tersebut. Contoh dari teori *uses and effects* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya kebiasaan orang menonton drama korea yang menimbulkan sebuah *effects* dari apa yang dilihat. (Burhan Bungin, 2006).

New Media

Secara bahasa, new media bermakna kehadiran media-media penyambung komunikasi manusia yang baru.. Namun belakangan disepakati bahwa new media merujuk pada dinamika teknologi komunikasi yang selalu berubah-ubah seiring kemajuan peradaban manusia dalam aspek perluasan jaringan dan bentuk komunikasi manusia yang baru. Transformasi teknologi new media mengubah pola komunikasi serta budaya manusia secara luas, tidak terprediksi serta menuntut perubahan drastis (Mubarok, 2022).

Instagram

Penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh yang cukup besar bagi kehidupan sehari-hari, Instagram memiliki beberapa fitur untuk mengunggah video ataupun foto, Instagram juga memiliki fitur *direct message* (DM) sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi antar pengguna Instagram. Instagram memudahkan para penggunanya untuk mencari informasi maupun memberikan informasi, selain itu Instagram juga digunakan sebagai tempat untuk berkampanye dengan fitur yang disediakan Instagram yaitu fitur hashtag sehingga banyak pengguna Instagram lebih mudah dalam mengkampanyekan suatu gerakan. (Priliantini et al., 2020). Namun tak lepas dari dampak negatif Instagram Dengan adanya Instagram dan kemudahan dalam membuat akun maka beberapa orang yang kurang bertanggung jawab me- manfaatkan hal tersebut untuk membuat akun yang tidak seharusnya di akses oleh Remaja dan anak-anak (Sudi & Dacossta, 2019).

Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu bentuk dari new media itu sendiri. Media sosial secara bahasa adalah sebuah wadah dan tempat berkumpul orang untuk berinteraksi tapi tidak di dunia nyata tetapi di dunia maya atau virtual. Para pakar mengidentifikasi media sosial sebagai media yang diciptakan berbasis internet, di mana penggunanya bisa membuat akun dan dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan ide, cerita, konten informasi dalam berbagai bentuk seperti teks, audio, maupun video. Dengan kata lain, media sosial memiliki banyak bentuk dan fungsi seperti blog/wiki untuk penyedia informasi dan pengetahuan, maupun jejaring sosial sebagai tempat menyuarakan pendapat, pengalaman, cerita dalam dunia virtual secara interaktif (Mubarok, 2022).

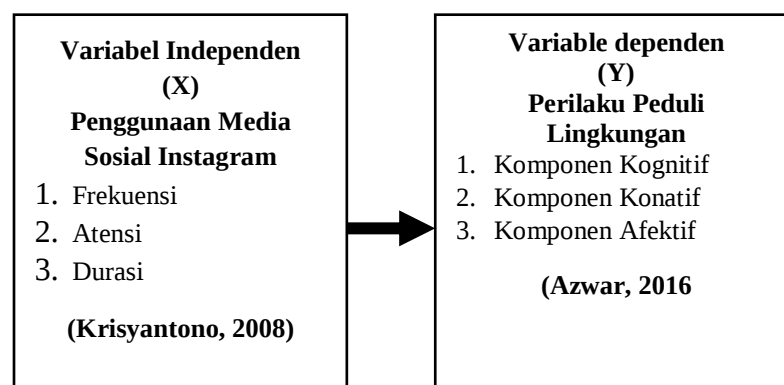
Menurut Krisyantono, 2008 media memiliki pengaruh media dapat diukur melalui 3 aspek yaitu: 1. Frekuensi ; Frekuensi merupakan seberapa sering individu dalam menggunakan media sosial, dalam penelitian ini menggunakan media sosial Instagram. 2. Atensi ; Atensi

merupakan seberapa besar ketertarikan yang diberikan individu terkait stimulus yang diberikan media sosial tersebut, dalam penelitian ini menggunakan stimulus yang disampaikan oleh unggahan konten akun Instagram @pandawaragroup. 3. Durasi; Yang memiliki definisi yaitu seberapa lama individu menghabiskan waktu untuk memberikan perhatian pada stimulus yang diberikan.

Perilaku Peduli Lingkungan

Sikap mengandung aspek evaluatif, yang berarti mengandung nilai menyenangkan dan tidak menyenangkan. Sikap timbul dari pengalaman dan merupakan hasil belajar, tidak dibawa sejak lahir. Karena itu, sikap dapat diperteguh ataupun diubah. (Azwar, 2016) Sikap terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang yang dijelaskan (Azwar, 2016), yaitu: 1. Komponen Kognitif; Komponen ini berkaitan dengan kepercayaan, pikiran, atau pengetahuan yang didasari informasi, yang berhubungan dengan objek. Seringkali hal yang dipercayai seseorang itu merupakan stereotip atau sesuatu yang telah terpolakan dalam pikirannya. Kepercayaan datang dari suatu hal yang sudah dilihat dan diketahui. Berdasarkan yang telah diketahui tersebut kemudian terbentuk ide atau gagasan terhadap. 2. Komponen Afektif ; Komponen ini berkaitan dengan aspek emosional terhadap objek. Objek tersebut dirasakan sebagai hal menyenangkan atau tidak menyenangkan dan disukai atau tidak disukai. Pada umumnya, reaksi emosional tersebut banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau yang dipercaya sebagai benar dan berlaku bagi objek dimaksud. 3. Komponen Konatif ; Komponen ini berkaitan dengan kecenderungan manusia untuk berperilaku. Hal ini mencakup semua kesiapan perilaku yang berhubungan dengan sikap. Jika seseorang bersikap positif terhadap suatu obyek tertentu, maka ia akan cenderung memuji, membantu, ataupun mendukung terhadap objek tersebut. Namun jika seseorang bersikap negatif terhadap suatu objek tertentu, maka ia akan cenderung mengganggu, menghukum (Azwar, 2016).

Tabel 1. Kerangka Berpikir



Hipotesis Teori

Hipotesis merupakan kalimat pernyataan yang mengaitkan secara umum dan khusus variabel lainnya. Penggunaan hipotesis dalam penelitian hanya baru memberikan jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan menggunakan hipotesis, penelitian akan menjadi jelas arah dan hasil pengujiannya.

Hipotesis membuktikan seberapa pengaruhnya variabel *independent* dengan individual menguraikan beberapa variabel *dependent* (Sugiyono, 2019)

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial instagram akun @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial instagram akun @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah jenis penelitian ilmiah yang berlandaskan data numerik, kemudian diproses dan dianalisis menggunakan teknik perhitungan statistik (Banjarnahor, et.al., 2023). Penelitian ini berlandaskan pada paradigma *positivisme*. yang di kemukakan menurut *August Comte* (1798-1857), *positivisme* bukanlah suatu aliran yang berdiri sendiri, melainkan penyempurnaan dari empiris dan rasionalisme. Dalam perspektif ini, suatu kebenaran dianggap *valid* jika bersifat logis dan didukung oleh bukti empiris yang dapat diukur (Irawati, et.al, 2021).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif yang bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang sebab dan akibat dari suatu gagasan atau ide, pada penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuisisioner, Penerapan metode ini terjadi ketika terdapat suatu perbedaan antara teori dengan praktik yang terjadi pada suatu fenomena dari hal-hal yang tampak serta memiliki nilai subjektif. Penelitian kuantitatif dapat dilihat dari fenomena dalam perilaku sosial yang dapat diukur, diteliti dan dikonsepskan yang terdapat di masyarakat (Wijonarko et al., 2024)

Populasi dan sampel

Dalam (Nugroho, 2018) Populasi merupakan suatu tempat dimana yang di dalamnya terdapat objek ataupun subjek yang memenuhi karakteristik ataupun syarat yang khas sesuai dengan apa yang telah ditentukan oleh peneliti. Namun begitu peneliti perlu mempelajari dan memahaminya hingga pada akhirnya dapat menarik sebuah kesimpulannya (Esty, Andrini S, 2021). Populasi adalah seluruh unit yang dipelajari, yakni sejumlah individu yang mempunyai

kualitas dan ciri yang sesuai ditetapkan. Dari sini, kita dapat menyimpulkan bahwa populasi secara keseluruhan adalah objek penelitian, dan klasifikasinya adalah fokus penelitian yang akan diteliti. (Sanida & Prasetyawati, 2023). Pada penelitian ini populasi difokuskan kepada *followers* penggunaan media sosial akun instagram @pandawaragroup sebanyak 3,8 juta *followers* per 23 Juli 2025.

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah pada populasi yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Teknik untuk pengambilan suatu sampel pada penelitian menggunakan *probability sampling* dan menggunakan jenis teknik *simple random sampling* dengan menggunakan sampling yang mengambil secara acak untuk memenuhi kebutuhan penelitian (Sanida & Prasetyawati, 2023). Pada pengambilan sampel peneliti mengambil sampel dengan cara mengambil dari daftar *followers* lalu melakukan *scroll followers* pada akun Instagram @pandawaragroup untuk mencari responden dari *followers*, dengan kriteria responden adalah gen z dan millenials.

Dalam menentukan suatu jumlah sampel dengan jumlah populasi yang dibutuhkan penulis memilih untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (*sampling error*) biasanya 10%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{3.800.000}{1 + 3.800.000(0,1^2)}$$

$$n = 99,99$$

Dari perhitungan diatas di dapat jumlah sampel sebanyak 99,99 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar dengan google form kepada responden dalam penelitian ini adalah followers akun instagram @pandawaragroup dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik *simple random sampling*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil karakteristik responden pada penelitian ini sebanyak 54% Perempuan dan 46% laki-laki, Berdasarkan dari karakteristik hasil pengukuran pada penelitian ini, dapat

diketahui usia responden seluruhnya berusia 13 sampai 23 tahun pada nilai persentase sebanyak 94% dan responden berusia 29 – 44 tahun sebanyak 6% hal ini menunjukkan responden di dominasi oleh generasi Z. Berdasarkan karakteristik dari hasil pengukuran pada penelitian saat ini, bisa diketahui semua responden memiliki akun Instagram dan mengikuti akun Instagram @pandawaragroup.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan uji validitas bivariate pearson, dasar pengambilan Keputusan uji validitas yaitu jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item dinyatakan tidak valid, dan jika nilai r hitung $> r$ tabel maka item dinyatakan valid, untuk 100 responden dengan taraf signifikansi 5% dan menggunakan uji *two tailed* maka nilai r tabel adalah 0,1966.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,822	0,1966	Valid
X1.2	0,939	0,1966	Valid
X1.3	0,907	0,1966	Valid
X2.1	0,687	0,1966	Valid
X2.2	0,818	0,1966	Valid
X2.3	0,841	0,1966	Valid
X3.1	0,820	0,1966	Valid
X3.2	0,702	0,1966	Valid
X3.3	0,793	0,1966	Valid
Y1.1	0,936	0,1966	Valid
Y1.2	0,873	0,1966	Valid
Y1.3	0,858	0,1966	Valid
Y2.1	0,768	0,1966	Valid
Y2.2	0,819	0,1966	Valid
Y2.3	0,836	0,1966	Valid
Y3.1	0,819	0,1966	Valid
Y3.2	0,766	0,1966	Valid
Y3.3	0,719	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui setiap pernyataan variable X dan Y nilai r hitung $> r$ tabel. Maka disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel Penggunaan Media Sosial (X) dan variabel perilaku peduli lingkungan (Y) dinyatakan valid. Nilai r hitung terbesar di variabel X ada pada sub indikator X1.2 dengan pernyataan ‘Saya melihat postingan akun @pandawaragroup muncul di beranda lebih dari 2 kali dalam sehari.’, sedangkan nilai r hitung terendah di variabel X ada pada sub indikator X2.1 dengan pernyataan ‘Menurut saya konten yang diunggah akun instagram @pandawaragorup menarik perhatian saya.’.

Pada variabel Y nilai r hitung tertinggi ada pada sub indikator Y1.1. dengan pernyataan ‘Setelah melihat postingan dan konten akun @pandawaragroup saya sering mengajak orang-orang terdekat saya untuk membuang sampah pada tempatnya.’, sedangkan nilai r hitung terendah pada variabel Y ada pada sub indikator Y3.3. dengan pernyataan ‘Saya termotivasi untuk menyebarkan konten yang diunggah akun @pandawaragroup agar orang-orang sekitar ikut serta dalam mengurangi sampah plastic dan membuang sampah pada tempatnya’.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuisiонер, dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah jika nilai *conbarch's alpha* $> 0,60$ maka variabel dinyatakan realibel, dan jika nilai *conbarch's alpha* $< 0,60$ maka variabel dinyatakan tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas variabel X:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.860	9

Setelah melakukan uji reliabilitas terhadap data kuesiонер yang telah dikumpulkan diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,860 untuk variabel X yang mana nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,600$ sehingga disimpulkan bahwa 9 item pernyataan pada variabel X mempunyai reliabilitas yang reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas variabel Y:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	9

Setelah melakukan uji reliabilitas terhadap data kuesiонер yang telah dikumpulkan diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,878 untuk variabel Y yang mana nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,600$ sehingga disimpulkan bahwa 9 item pernyataan pada variabel Y mempunyai reliabilitas yang reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.01443089
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.701
	Negative	-.871
Test Statistic		.871
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan pernyataan dari Sugiyono, Uji Normalitas merupakan uji yang berfungsi untuk mengidentifikasi apakah residual yang didapatkan berdistribusi normal (Sugiyono, 2014). Uji statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov koreksi Lilliefors. Kriteria uji normalitas adalah apabila signifikansi $< 0,05$ maka distribusi tidak normal. Sebaliknya, apabila signifikansi $> 0,05$ maka distribusi normal. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi terletak pada angka 0,059 yang berarti berdistribusi normal ($0,059 > 0,05$).

Uji Korelasi

Analisis koefisiensi korelasi berfungsi untuk mengetahui bagaimana Pengaruh media sosial Instagram @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan (Y). berikut merupakan hasil analisis koefisiensi korelasi yang telah diperoleh melalui IBM SPSS versi 25:

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Media Sosial	Perilaku Peduli Lingkungan
Media Sosial	Pearson Correlation	1	.413**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Perilaku Peduli Lingkungan	Pearson Correlation	.413**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi adalah $0,00 < 0,05$ yang berarti variabel X dan variabel Y berkorelasi atau memiliki hubungan. Pada nilai pearson correlation 0,413 Kesimpulan yang dapat diambil adalah media sosial Instagram akun @pandawaragroup memiliki hubungan yang masuk dalam kategori sedang menurut pedoman interpretasi koefisien korelasi.

Uji Koefisien Determinansi

Dengan menggunakan IBM , versi 25, diperoleh hasil analisis koefisiensi determinasi sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinansi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.170	.162	2.100

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai sebesar 0,170 sehingga besarnya pengaruh media sosial akun Instagram @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan dapat dilihat oleh koefisiensi determinasi berikut ini :

$$KD = r^2 \times 100\% = 0,170 \times 100 = 17\%$$

Dihasilkan koefisiensi determinasi dari perhitungan yaitu sebesar 17%. Hal ini memiliki arti bahwa media sosial Instagram akun @pandawaragroup mempengaruhi perilaku peduli lingkungan sebesar 17%. Sedangkan, sebesar 83% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Sederhana

Dalam analisis regresi linear sederhana, persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah: $Y = a + bX$ Berikut merupakan hasil analisis regresi linear sederhana menggunakan IBM SPSS versi 25:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	25.507	1.792		.000
	X	.195	.043	.413	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 25,507 (\alpha) + 0,195X$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) adalah 25,507. Hal ini memiliki arti, jika Media Sosial memiliki nilai 0, maka perilaku peduli lingkungan nilainya 0,196
- Nilai koefisiensi regresi variabel x adalah 25,507 yang berarti setiap terjadi peningkatan media sosial sebesar satu satuan, maka sikap juga akan meningkat sebesar 0,196
- Nilai koefisiensi regresi media sosial yang positif memperlihatkan arah pengaruh variabel x terhadap variabel y positif. Dengan kata lain, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin meningkatkan perilaku peduli lingkungan.
- Hal ini di maknai bahwa terdapat pengaruh positif media sosial instagram akun @pandawaragroup (X) terhadap perilaku peduli lingkungan (Y)

Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk melihat seberapa jauh pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, peneliti menggunakan uji t dengan hipotesis sebagai berikut:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial instagram akun @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan
- H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial instagram akun @pandawaragroup terhadap perilaku peduli lingkungan

Diketahui kriteria uji t adalah (Priyatno, 2018) :

- Jika $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- Jika $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ dan signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

Dengan $\alpha = 5\%$ dan $df = 100 - 2 = 98$, diperoleh sebesar 1,984 dan dengan IBM SPSS versi 25, dihasilkan uji t sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.507		14.238	.000
	X	.195	.413	4.487	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas, hasil uji t (persial) menunjukan bahwa nilai signifikansi Pengaruh Konten Media Sosial @pandawaragroup (X) terhadap Perilaku Peduli Lingkungan (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,487 > \text{nilai t tabel } 1,984$. Maka H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial instagram akun @pandawaragroup (X) terhadap perilaku peduli lingkungan (Y).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian Nilai r hitung terbesar di variabel X ada pada sub indikator X1.2 dengan pernyataan ‘Saya melihat postingan akun @pandawaragroup muncul di beranda lebih dari 2 kali dalam sehari.’, sedangkan nilai r hitung terendah di variabel X ada pada sub indikator X2.1 dengan pernyataan ‘Menurut saya konten yang diunggah akun instagram @pandawaragorup menarik perhatian saya.’ Pada variabel Y nilai r hitung tertinggi ada pada sub indikator Y1.1. dengan pernyataan ‘Setelah melihat postingan dan konten akun @pandawaragroup saya sering mengajak orang-orang terdekat saya untuk membuang sampah pada tempatnya.’, sedangkan nilai r hitung terendah pada variabel Y ada pada sub indikator Y3.3. dengan pernyataan ‘Saya termotivasi untuk menyebarkan konten yang diunggah akun @pandawaragroup agar orang-orang sekitar ikut serta dalam mengurangi sampah plastic dan membuang sampah pada tempatnya’. Berdasarkan hasil penelitian diketahui koefisiensi determinasi dari perhitungan yaitu sebesar 17%. Hal ini memiliki arti bahwa media sosial Instagram akun @pandawaragroup mempengaruhi perilaku peduli lingkungan sebesar 17%. Sedangkan, sebesar 83% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti mengajukan saran yaitu sebagai berikut: Akun Instagram @pandawargroup diharapkan dapat lebih aktif membuat konten yang lebih menarik sehingga dapat lebih banyak menarik atensi follower agar follower dapat terus termotivasi untuk lebih peduli terhadap lingkungan.

DAFTAR REFERENSI

- Asmawati, A., Pramesty, A. F., & Afiah, T. R. (2022). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup remaja. *CICES*, 8(2), 138–148. <https://doi.org/10.33050/cices.v8i2.2105>
- Azwar, S. (2016). Reliabilitas dan validitas aitem. *Buletin Psikologi*, 16(2).
- Damayanti, S. E., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan.
- Esty, A. S. (2021). Intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku imitasi remaja. *Komunikologi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T. (2024). Teknologi informasi: Dampak media sosial pada perubahan sosial masyarakat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(1), 757–766. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i1.645>
- Fazry, L., & Apsari, N. C. (2021). Pengaruh media sosial terhadap perilaku cyberbullying di kalangan remaja. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 272. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.34679>
- Guntoro, H., Rikardo, D., Amirullah, Fahrisoni, A., & Suarsana, I. P. (2022). Analisa hubungan kebersihan cargo bilges dengan cargo hold dalam mendukung kelancaran proses bongkar muat. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Harianja, L. W. (2024). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial di masyarakat. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(1), 76–81. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i1.2217>
- Jafriyanti, S. (2021). Pengaruh terpaan akun Instagram @Zerowaste.Id_Official dalam mengampanyekan gaya hidup nol sampah terhadap sikap ramah lingkungan followers. *Jurnal Online Mahasiswa*, 16(2), 39–55.
- Kusaini, U. N. (2024). Pengaruh media sosial terhadap hubungan dan interaksi antar keluarga. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 2(1), 1–13.
- Marini, M. (2019). Prototype sistem informasi administrasi pengadaan barang dengan teknologi RFID. *SIMADA (Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen Basis Data)*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.30873/simada.v2i1.1316>
- Mubarok, F. S. (2022). Pemanfaatan new media untuk efektivitas komunikasi di era pandemi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(1), 28. <https://doi.org/10.30659/jikm.v10i1.20302>
- Paulina, S. (2023). Pengaruh positif dan negatif media sosial terhadap perkembangan sosial, psikologis, dan perilaku remaja yang tidak terbiasa dengan teknologi media sosial di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(1), 1–23.
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial masyarakat: Studi literatur. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>

- Pratyaksa I, P. N. (2019). Peranan new media dalam transformasi fungsi komunikator dan fungsi konstruksi (dramaturgy akun Instagram Wali Kota Denpasar Rai Mantra tahun 2019). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(1), 75–84.
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh kampanye #PantangPlastik terhadap sikap ramah lingkungan (Survei pada pengikut Instagram @GreenpeaceID). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Qadri, M. (2020). Pengaruh media sosial dalam membangun opini publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63. <https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4>
- Rabaani, S., & Indriyani, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap prestasi akademik mahasiswa. *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/ptk.v1i3.433>
- Rahmadhani, P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Twitter @Greenpeace.Id terhadap sikap peduli lingkungan. *Jurnal Professional*, 9(2), 633–646.
- Sanida, D. S., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @infobekasi.coo terhadap followers dalam mendapatkan kebutuhan informasi. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 5(1), 1–17.
- Saputra, W., Islam, F., & Iswinarti, I. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 4(1), 18–27. <https://doi.org/10.59188/jcs.v4i1.2956>
- Sudi, M., & Dacossta, A. P. J. (2019). Pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku pelajar SMA YAPIS Biak. *Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 1(1), 25–33.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wandira, A. B., Fitriana, & Agusdianita, N. (2024). Dampak media sosial terhadap karakter Gen Z. *Temu Ilmiah Nasional Guru XVI*, 16, 296–301.
- Wibowo, T., & Yudi. (2021). Studi penetrasi aplikasi media sosial TikTok sebagai media pemasaran digital: Studi kasus Kota Batam. *Conference on Business, Social Sciences and Technology*, 1(1), 662–669.
- Wijonarko, D., Ramdhani, M., & Arindawati, W. A. (2024). Pengaruh konten TikTok @pandawaragroup terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1), 129–134.